



**Produksi Program Acara *Talk Show* “Sore Binggo”  
di Pro 2 RRI Semarang  
(Produser)**

**Karya Bidang  
Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Fitri Damayanti  
14030111120024**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
2015**

## ABSTRAKSI

**Judul Karya Bidang : Produksi Program Acara *Talk Show* “Sore Binggo”**

**Nama : Fitri Damayanti**

**NIM : 14030111120024**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

---

Kita memang tidak bisa menghindari perkembangan global, mau tidak mau kita harus menerima dan mengikuti perkembangan zaman apabila tidak ingin tertinggal. Perkembangan media informasi baru yang lebih efektif dan efisien sangat pesat sehingga dapat menyingkirkan media informasi konvensional seperti radio. Namun, dengan berbagai inovasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkecimpung di bidang ini, membuat radio sampe sekarang masih eksis dan memiliki kelompok peminatnya sendiri.

Inilah alasan penulis memilih membuat program di radio dan menyasar anak muda sebagai target pendengarnya. Karena penulis ingin kembali meningkatkan pendengar radio khususnya Pro 2 RRI Semarang di kalangan anak muda. Selama pelaksanaan program ini, penulis bertugas sebagai produser yang mengkonsep acara, menentukan tema, narasumber, jadwal narasumber, sampai mengawasi proses berjalannya program, serta melakukan evaluasi di akhir program agar kedepannya tidak terjadi kesalahan yang sama.

Sore Binggo sendiri merupakan acara *talk show* yang informatif dan menghibur. *Talk show* ini berdurasi satu jam mulai pukul 4-5 sore, dan disiarkan setiap hari Kamis dan Jumat. Konsep dari *talk show* ini selain memberi informasi dan tetap menghibur juga memiliki tema yang berbeda-beda di tiap siarannya. Setiap Kamis, tema yang diangkat seputar kegiatan yang dilakukan oleh anak-anak muda di Semarang, seperti kegiatan di kampus masing-masing atau bisa juga kegiatan perseorang yang dapat menginspirasi para pendengar. Sedangkan setiap Jumat, tema yang diangkat seputar film. Untuk tema film ini kami berhasil mengundang salah satu nominasi *Eagle Award Metro TV* untuk berbagi cara membuat film dokumenter bagi para pemula dan respon yang kami dapatkan dari para pendengar pun baik. Begitu pula untuk tema-tema lain.

Proses pengerjaan program *talk show* ini bukan tidak menemui kendala, beberapa kendala yang kami hadapi selama proses pengerjaan adalah, narasumber yang harus diganti karena tidak bisa datang serta narasumber yang harus dihubungi via telephon karena berhalangan hadir. Namun, itu semua dapat dilalui dengan baik dan tidak menghalangi proses produksi. Terbukti dengan pencapaian yang diperoleh dengan berhasil menaikkan jumlah pendengar RRI Pro 2 Semarang yang awalnya hanya 29 % menjadi 70% dan juga bisa menaikkan jumlah pendengar Sore Binggo menjadi 83% yang awalnya hanya sebesar 3% saja.

Kata kunci: radio, program, talk show

## ABSTRACT

**Title : Production of “Sore Binggo” talk show program**  
**Name : Fitri Damayanti**  
**Student No. : 14030111120024**  
**Major : Communication Studies**

---

We can not avoid the global development, inevitably we have to accept and keep up with the times if want to be left behind. The development of new information media more effectively and efficiently rapidly so as to get rid of the conventional information media such as radio. However, with various innovations made by the parties involved in this field, making the radio still exists and has its own group of interested persons.

That's why the author chose to make a program on the radio and targeting young people as a target audience. Because the author wanted to go back increases radio listeners, especially for Pro 2 RRI Semarang, among young people. During the implementation of this program, the author served as a producer who conceptualized the event, to determine the theme, to determine speakers, to determine speaker schedule, to oversee the running of the program, as well as an evaluation at the end of the program so that the future does not happen the same mistakes.

Sore Binggo is a informative and entertaining talk show. Talk show lasts one hour starting at 4-5 pm, and is broadcast every Thursday and Friday. The concept of a talk show, besides giving information and keep entertaining also has a different theme in each broadcast. Every Thursday, the theme about the activities carried out by young people in Semarang, such as activities in each campus or can be an individual activities that can inspire the listener. While every Friday, the theme surrounding the film. For the theme of this film we managed to invite one of Metro TV Eagle Award nominations for sharing how to make a documentary for the beginner and the response we got from the audience was good. Similarly to other themes.

Process of talk show program is not encounter any obstacles, some of the obstacles we face during the process is, sources that must be replaced because they can not come and resource persons who should be contacted via telephone because it was unable to attend. However, it all can be passed well and not hinder production prose. As evidenced by the achievement of which is obtained by successfully raising the number of listeners of RRI Pro 2 Semarang that initially only 29% to 70% and can also increase the number of listeners Sore Binggo to 83% that initially only 3% only.

Key words: radio, program, talkshow

## I. Pendahuluan

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisi secara serempak melalui gelombang radio di udara. Tahun 1896, Guglielmo Marconi menciptakan *wireless telegraph* yang menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode Morse (Astuti, 2008:5). Seiring berkembangnya zaman, kegunaan radio kini bukan lagi sebagai penyebar berita atau informasi saja. Radio juga sudah dijadikan sebagai media hiburan bagi masyarakat, dimana mereka bisa mendengarkan musik dari program musik yang disuguhkan. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi di era modern ini, peran dan pamor radio semakin tergerus.

Saat ini, dalam kehidupan sehari-hari sebagian besar masyarakat dituntut untuk melakukan semua hal dengan cepat. Salah satunya dalam proses memperoleh informasi. Dengan semakin berkembangnya teknologi membuat semua kebutuhan itu dapat dengan mudah diperoleh. Hal ini pun tidak lepas dari kemunculan dan perkembangan internet yang semakin pesat dalam beberapa tahun terakhir. Semua orang saat ini dapat dengan mudah mengakses informasi yang mereka inginkan secara cepat melalui *smartphone* yang mereka miliki, tidak seperti dulu dimana kita masih harus menggunakan PC ataupun laptop yang tersambung ke kabel untuk mengakses internet. Sangat tidak efektif dan efisien.

Namun sayangnya, perkembangan internet ini juga diikuti dengan semakin menurunnya minat masyarakat untuk menikmati media lain. Terutama untuk penikmat radio. Bila dilihat fenomena yang terjadi saat ini, masyarakat sudah semakin dimanjakan dengan segala kemudahan yang ditawarkan fitur internet yang bisa mereka akses melalui gadget yang mereka bawa sehari-hari.

Sekarang muncul pertanyaan, apakah dengan kemunculan media baru seperti internet ini dapat disimpulkan bahwa radio telah kehilangan masa jayanya? Tentu saja tidak. Untuk radio, tetap tidak ada yang dapat mengalahkan faktor personal dan keakraban yang berhasil digunakan radio guna menghubungkan diri dengan penggemarnya (Astuti, 2008:14).

Perkembangan teknologi ini bukanlah hal yang bisa kita bendung. Karena suka atau tidak, kita memang membutuhkan perkembangan teknologi untuk membantu memudahkan urusan kita baik itu dalam kehidupan sehari-hari ataupun dalam dunia kerja sebagian besar

orang. Melihat kebutuhan ini, para pekerja di dunia penyiaran bukan berdiam diri. Seiring dengan perkembangan teknologi, radio pun mengalami sejumlah perubahan (Astuti, 2008:11).

Dengan memunculkan inovasi dalam pengadaan program-program yang diminati oleh masyarakat adalah salah satu cara radio untuk tetap eksis di tengah-tengah era globalisasi ini. Menjadikan penyiar mereka sebagai *front man* yang bisa menghadirkan suasana yang akrab untuk para pendengar dan menyajikan informasi yang *up to date* juga dilakukan. Selain itu, untuk menarik para pendengar dari kalangan anak muda, radio menyajikan program yang disesuaikan dengan selera anak muda. Seperti program *talk show* yang temanya masih seputar kehidupan anak muda dengan diselengi memutar musik yang sedang *hits* saat itu.

Dari segi industri, radio tetap merupakan pasar yang menjanjikan. Hanya saja, trendnya kini berubah. Kalau dulu, sebagai lembaga yang disebut *broadcasting*, radio membidik target segmen yang *board* (luas). Kini, segmen radio kian menyempit dan terfokus pada *niche* atau ceruk segmen tertentu. Maka, radio sekarang bukan lagi *broadcasting*, melainkan *narrowcasting* (Astuti, 2008:14).

Perubahan ini membuat format radio lebih spesifik, misalnya saja yang terlihat di RRI Semarang. Pihak RRI membagi *channel* mereka menjadi 4 yaitu Pro 1 RRI yang dikhususkan untuk siaran pusat pemberdayaan masyarakat, Pro 2 RRI untuk siaran pusat kreativitas anak muda untuk *segment* pendengar remaja dan pemuda, Pro 3 RRI yang merupakan jaringan berita nasional, dan Pro 4 RRI yang merupakan siaran pusat kebudayaan Indonesia.

Keunggulan dari RRI sendiri adalah sudah memiliki *channel* khusus yang diperuntukkan bagi anak muda. Jadi program-program yang dibuat dalam *channel* ini pun memang dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat anak muda di era ini untuk kembali menikmati radio dan menjadikan radio sebagai salah satu sumber informasi dan hiburan utama mereka selain internet. Dari beberapa program yang disajikan, kami memilih program “Sore Binggo” yang siaran setiap pukul 16.00. Program ini merupakan salah satu program di Pro 2 RRI yang dikemas dalam bentuk *talk show* inspiratif yang diperuntukkan bagi remaja.

Alasan kami memilih program ini untuk lebih dikembangkan karena melalui program *talk show* para remaja langsung bisa mendapatkan informasi dan hiburan yang memang mereka butuhkan. Dengan dikemas menjadi perbincangan yang ringan, menarik, dan mudah dimengerti

tidak membuat pendengarnya mudah bosan. Kita sendiri mengetahui bahwa para remaja lebih tertarik dengan program yang membuat mereka bisa terhibur dan tidak membahas hal-hal yang terlalu berat dan serius tapi tetap bisa memberikan informasi yang bermanfaat bagi mereka.

## **II. Rumusan Masalah**

Di era globalisasi saat ini, dimana masyarakat dituntut serba cepat begitu juga dalam memperoleh informasi membuat semua media berlomba-lomba menawarkan kecepatan kepada para pemirsanya dalam menyuguhkan berbagai informasi yang dibutuhkan.

Dikutip dari laman Nielsen (10 September 2015), menunjukkan hasil survey konsumsi media yang dilakukan di beberapa kota besar yang ada di dalam dan di luar pulau Jawa pada bulan Mei 2014. Hasil temuannya adalah sebagai berikut:

Secara keseluruhan, konsumsi media di kota-kota baik di Jawa maupun di luar Jawa menunjukkan bahwa televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh internet (33%), radio (20%), koran (12%), tabloid (6%) dan majalah (5%). Namun ketika dilihat lebih lanjut, ternyata terdapat perbedaan yang sangat menarik antara pola konsumsi media di kota-kota di Jawa bila dibandingkan dengan kota-kota di luar Jawa. Konsumsi media televisi lebih tinggi di luar Jawa (97%), disusul oleh radio (37%), internet (32%), koran (26%), bioskop (11%), tabloid (9%) dan majalah (5%).

Dari kedua hasil ini menunjukkan bahwa hampir sebagian besar masyarakat di Indonesia, baik yang berada di pulau Jawa maupun yang berada di luar pulau Jawa, masih menjadikan televisi sebagai primadona sebagai sarana memperoleh informasi, lalu disusul oleh internet, dan radio. Tapi hal ini bukan berarti radio sudah benar-benar dilupakan, radio dengan segala inovasi dan perkembangan yang dilakukannya masih memiliki pendengarnya sendiri.

Kelebihan yang dimiliki oleh radio tapi tidak bisa diikuti oleh media lain yaitu *Theatre of Mind* dan kehangatan penyiar-pendengar yang masih belum bisa ditandingi oleh media lain. Kelebihan inilah yang akan menjadi kekuatan untuk setidaknya membuat masyarakat khususnya anak-anak muda kembali bisa dan mau menikmati radio sebagai sumber informasi maupun hiburan bagi mereka.

*Keep and touch* yang dilakukan oleh penyiar dan membuat pendengar seakan benar-benar berinteraksi langsung dengan seorang teman ini yang bisa dijadikan kekuatan untuk

mengembalikan pendengar radio agar tidak melulu mengandalkan internet sebagai sumber informasi mereka yang kadang-kadang sumbernya pun masih belum bisa dipertanggung jawabkan.

Karakteristik anak muda yang senang akan hal-hal baru, suka ketika saling *sharing* dengan orang yang mengerti akan kehidupan mereka secara umum, dan mendapatkan informasi yang berguna untuk kehidupan bersosial mereka juga dapat digunakan sebagai kekuatan yang bisa menarik perhatian mereka lagi untuk mendengarkan radio.

Sebenarnya RRI sudah mengerti akan hal ini dan sudah menyediakan “lahan” bagi para anak muda untuk berkreasi dan saling berbagi. Melalui program “Sore Binggo” ini kami bertujuan untuk lebih mengeksplor lagi kelebihan-kelebihan dari anak-anak muda yang ada di Semarang dan sekitarnya dengan mengajak mereka untuk menjadi narasumber dan membagi pengalaman mereka dalam masing-masing bidang yang mereka geluti dan menjadi ladang prestasi mereka.

### **III. Tujuan**

Tujuan dari dibuatnya acara ini adalah untuk memberikan program yang inspiratif bagi para pendengar Pro 2 RRI Semarang, selain itu juga untuk meningkatkan *awareness* pendengar khususnya di Semarang dan sekitarnya terhadap RRI Pro 2. Karena selama ini Pro 2 RRI Semarang masih disamakan dengan RRI secara umum, padahal Pro 2 RRI Semarang bersegmentasi anak muda dan menyasar anak muda sebagai pendengarnya.

Dengan beberapa strategi promosi yang kami miliki, kami ingin meningkatkan jumlah pendengar Pro 2 RRI Semarang pada umumnya yang awalnya hanya 29% menjadi 70%. Selain itu, kami juga ingin meningkatkan jumlah pendengar program “Sore Binggo” pada khususnya, dari 3% menjadi 50%. Tentu saja, strategi promosi harus dilakukan semenarik mungkin agar dapat meningkatkan perhatian dan ketertarikan target pendengar kami terhadap Pro 2 RRI Semarang.

### **IV. Kerangka Konsep**

#### ***Talk Show***

Acara *talk show* dikatakan primadona karena bisa disiarkan secara langsung, interaktif, dan atraktif. Ditambah lagi dengan sifatnya yang menghibur (*entertainment*). *Entertainment* sebenarnya bukan sekadar berarti menghibur, melainkan dinamis dan hidup. Oleh karena itu, peran moderator sangat menentukan sukses-tidaknya acara ini (Masduki, 2001:44).

Perbedaan paling penting antara *talk show* dan wawancara berita adalah *talk show* bersifat dinamis, tidak terpaku pada aktualitas topik perbincangan, dan jam tayangnya fleksibel. Dua komponen yang selalu ada dalam program *talk show* adalah obrolan dan musik yang berfungsi sebagai selingan (Masduki, 2001:45).

Persiapan yang harus dilakukan sebelum menyelenggarakan *talk show* adalah:

- Menentukan topik dan tujuan
- Narasumber dianjurkan lebih dari satu orang. Hadirnya dua narasumber yang saling berbeda sikap atau pendapat, bukan saja untuk memenuhi prinsip keberimbangan, tetapi juga menciptakan harmoni sekaligus kontroversi, sehingga *talk show* menjadi hidup.
- Menentukan lokasi, kemasan acara, dan durasi penyiaran (Masduki, 2001:45).

Adapun urutan acara untuk program *talk show* adalah sebagai berikut:

1. Pembukaan, berisi: pengenalan acara, pemandu, narasumber, dan topik yang akan diperbincangkan. Bisa pula diuraikan latar belakang mengapa topik itu dipilih.
2. Diskusi utama, berisi: (a) pertanyaan awal, biasanya bersifat terbuka (membutuhkan penjelasan), (b) tanggapan dari narasumber atau pendengar, dan (c) pengembangan pertanyaan lanjut atas tanggapan-tanggapan itu.
3. Penutup, berisi: kesimpulan, ucapan terima kasih, dan salam penutup, termasuk informasi program berikutnya. Kesimpulan tidak mutlak bersifat resume perbincangan, bisa juga sekedar analisis singkat dan pertanyaan terbuka untuk memancing permenungan pendengar. Seluruh struktur perbincangan, diselingi berbagai ilustrasi musik, yang dipilih sesuai karakter perbincangan dan selera pendengar di radio setempat (Masduki, 2001:45-46).

## **V. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis melalui hasil evaluasi adalah:



- a. Tujuan program *talk show* “Sore Binggo” yang ingin memberikan inspirasi bagi para anak muda di Semarang dan sekitarnya berhasil, hal ini dapat dilihat dari *feed back* langsung yang diberikan oleh para pendengar aktif yang rata-rata positif. Bahkan ada beberapa dari mereka yang menyatakan ingin bergabung di beberapa kegiatan yang dilakukan narasumber yang diundang dan juga menanyakan bagaimana cara melakukan hal yang narasumber lakukan. Untuk meningkatkan *awareness* pendengar berusia muda pun juga terpenuhi, dapat dilihat dari usia responden yang sengaja dipilih sesuai dengan target audien dari Pro 2 RRI Semarang dan sebagian besar dari responden mengetahui Pro 2 RRI Semarang dan acara “Sore Binggo” yang memang ditujukan bagi para pendengar usia muda.
- b. Program *talk show* “Sore Binggo” berhasil memenuhi target jumlah kenaikan pendengar yang sudah ditentukan di awal. Dimana pada awal pembuatan proposal penulis menargetkan kenaikan jumlah pendengar untuk program ini menjadi 50% dari yang awalnya hanya 3%. Dan dari hasil survei menggunakan kuesioner yang dilakukan, diperoleh jumlah kenaikan pendengar adalah 79%. Jadi jumlah kenaikannya melebihi jumlah yang ditargetkan oleh penulis.
- c. Untuk target jumlah pendengar RRI Pro 2 pun juga terpenuhi, dimana di awal pembuatan proposal penulis menargetkan jumlah kenaikan dari 29% menjadi 70%. Namun, dari hasil survei melalui kuesioner yang dilakukan diketahui bahwa jumlah pendengar RRI Pro 2 naik menjadi 83%.
- d. Proses produksi sesuai dengan perencanaan konsep awal. Dimana “Sore Binggo” ini merupakan program *talk show* inspiratif yang mengundang narasumber sesuai dengan tema yang disiapkan. Temanya sendiri selalu berganti pada tiap episodenya dan dibawakan dengan obrolan yang santai dan ringan. Hal ini dikarenakan target pendengar dari program ini adalah anak-anak muda.
- e. Terjadi beberapa perubahan tema, namun hal itu tidak mempengaruhi konsep program. Selain itu, perubahan tema ini juga tidak berpengaruh pada jumlah pendengar aktif yang ada, dibuktikan melalui data bahwa jumlah pendengar aktif pada episode-episode “Sore Binggo” tetap tinggi.

## VI. Daftar Pustaka

### Buku:

Astuti, Santi Indra. (2008). *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LKiS.

Narbuko, Cholid & Abu Achmadi. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

Oramahi, Hasan Asy'ari. (2012). *Jurnalistik Radio, Kiat Menulis Berita Radio*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Reynolds, Imelda. (2000). *Pedoman Jurnalistik Radio*. Jakarta: Internews Indonesia.

Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Wibowo, Fred. (2012). *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta: Grasio Book Publisher.

### Website:

Romel Tea. *Jumlah Pendengar Radio Menurun Drastis*.  
<http://www.romelteamedia.com/2014/04/jumlah-pendengar-radio-menurun-drastis.html> (Diakses 10 September 2015)

Nielsen: *Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa*. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html> (Diakses 10 September 2015)